



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN
SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM
EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN
BANGKINANG PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

FAHHERA ADILA BUSRONI
NIM. 11720524942

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2021**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

NAMA : FAHHERA ADILA BUSRONI
 NIM : 11720524942
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23 Juni 2021

Pembimbing Skripsi,

Dr. Budi Azwar, SE.M.Ec
 NIP. 19800104 200801 1 005

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *"ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH"* yang ditulis oleh :

Nama : Fahhera Adila Busroni
 NIM : 11720524942
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 05 Juli 2021
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Daring / Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 05 Juli 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua

Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris

Madona Khairunnisa, S.E.I M.E.Sy

Penguji I

Nur Hasanah, SE, MM

Penguji II

Dr. H. M. Said, HM, MA, MM

(Signatures of the Exam Panel Members)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

(Signature of Dr. Zulkifli, M.Ag)

Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 19741006 200501 1 005



ABSTRAK

Fahhera Adila Busroni (2021) : Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan Dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

Skripsi ini dilatar belakangi oleh banyaknya persaingan dari bisnis lain, yang mana stokis Umi Kalsum ini memiliki persaingan dalam hal harga yang lebih bisa dijangkau oleh konsumen dari produk lain. Untuk itu perlu menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis SWOT stokis Umi Kalsum emerald MSI pada masa pandemi covid-19 dan tinjauan ekonomi syariah terhadap usaha dengan sistem multi level marketing pada stokis Umi Kalsum emerald MSI.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang berlokasi di Bangkinang. Sumber data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah Analisis SWOT pada Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Pada Masa Pandemi Covid-19. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 128 orang dengan mengambil sampel sebanyak 32 orang dari member sekaligus konsumen di stokis Umi Kalsum MSI. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam menganalisa data pada penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif.

Hasil penelitian yang dapat disimpulkan, Berdasarkan hasil analisis SWOT, stokis Umi Kalsum berada pada kuadran I (*Growth Oriented Strategy*), dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan (Strategi SO) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Ditandai dengan matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total **2,91** dan matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor **3,12**. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Usaha dengan Sistem Multi Level Marketing Pada Stokis Umi Kalsum adalah menjalin kerja sama dengan siapa pun selama tujuannya adalah kebajikan dan ketakwaan. Bisnis MLM pada stokis Umi Kalsum ini tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah, terlihat dari terpenuhinya 12 syarat dalam Fatwa DSN No: 75/DSN MUI/VII 2009.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Multi Level Marketing



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat yang tidak terhingga, sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Selanjutnya shalawat beserta salam tak lupa pula tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyelamatkan umatnya dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang, dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin dan rahmat yang diberikan Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis SWOT Usaha Kecantikan Dan Kesehatan Dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** untuk memenuhi syarat dan melengkapi tugas guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Orang tua yang senantiasa mendoakan, memotivasi, memberi arahan, dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan sekaligus memberikan dukungan moril maupun materil, serta memberi semangat kepada penulis yakni Ayah tercinta dan Ibunda tersayang.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.
5. Bapak Syahpawi, S.Ag, M.Sy dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
6. Bapak Prof. Dr. Sudirman M, M.A selaku Penasehat Akademis yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis.
7. Bapak Dr. Budi Azwar, SE, M.Ec selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyusun sampai menyelesaikan skripsi ini dengan banyak ilmu yang telah diberikannya.
8. Ibu Umi Kalsum selaku pemilik stokis MSI di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang yang telah memberikan data dan informasi serta meluangkan waktunya dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi.
9. Kepala Desa Muara Uwai yang telah berkenan memberikan izin melakukan penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Kepada bapak/ibu dosen Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu selama penulis belajar dibangku perkuliahan.
11. Kepada perpustakaan UIN SUSKA Riau dan stafnya terimakasih atas peminjaman buku yang dijadikan sebagai referensi bagi penulis.
12. Terimakasih kepada Desi Rahmadani, Firzani Safitri, Mahliza Putri yang telah memberikan semangat, motivasi, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada aku yang berusaha berpikir positif saat banyak sekali hal yang membuatmu berpikir negatif. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dengan keadaan, sudah mau bangkit walaupun rasanya sulit, tapi kamu akan melihat bahwa kamu bisa melewatinya. *Just don't give up, everything its gonna be fine!*

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi maka penulis bisa menyelesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya. skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tapi penulis sudah berusaha sebaik dan semaksimal mungkin agar tercapai hasil yang diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umunya. Semoga Allah SWT memberikan ridha-nya kepada kita semua.

Amiin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Pekanbaru, Juli 2021
Penulis

Fahhera Adila Busroni
11720524942

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
E. Metode Penelitian	11
F. Penelitian Terdahulu	16
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Awal Mula Berdirinya PT. MSI	20
B. Gambaran Stokis Umi Kalsum	22
C. Visi dan Misi MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia)	23
D. Produk-Produk Stokis Umi Kalsum Emerald MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia)	24
BAB III LANDASAN TEORETIS	
A. Pengertian Usaha dan Sumber Hukumnya	26
B. Analisis SWOT	28
C. Multi Level Marketing.....	37
D. Multi Level Marketing Dalam Ekonomi Islam	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Pada Masa Pandemi Covid-19	43



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Usaha dengan Sistem Multi Level Marketing Pada Stokis Umi Kalsum	56
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Penjualan Stokis Umi Kalsum	7
Tabel 2.1	Produk Stokis Umi Kalsum	25
Tabel 3.1	Matriks SWOT	36
Tabel 4.1	Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	49
Tabel 4.2	Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	50
Tabel 4.3	Matriks SWOT	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. <i>Diagram Analisis SWOT</i>	35
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT	51





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada hakikatnya, ekonomi syariah adalah upaya pengalokasian sumber daya untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan petunjuk Allah SWT dalam rangka memperoleh ridha-nya.¹

Ekonomi Islam mengajarkan perilaku seseorang yang dituntun oleh ajaran Allah SWT, mulai dari awal kehidupan, cara memandang serta menganalisis setiap masalah dalam berekonomi, dan prinsip-prinsip atau nilai yang harus dipegang dalam mencapai tujuannya.²

Bisnis suatu usaha akan menunjukkan kecenderungan untuk meningkat atau menurun. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki pelaku usaha/entrepreneur perusahaan sehingga diperlukan perencanaan dan perumusan strategis perusahaan secara baik. Untuk melihat analisa SWOT perlu dijadikan perhatian bagi para pengusaha sebelum ia menjalani usahanya. Sehingga dari berbagai analisis yang baik terhadap usaha tersebut, mampu menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan.

Analisis SWOT merupakan analisis terhadap faktor yang lazim digunakan oleh suatu institusi atau perusahaan, antara lain kekuatan

¹ Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, (Malang: Surya Pena Gemilang, 2011), h. 1.

² Rachmasari Anggraini, *Maqasid al-Shari'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Islam Volume 9, Nomor 2 (2018), h. 298.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), kesempatan (*Opportunities*), dan tantangan (*Threats*). Kekuatan dapat menjadi potensial yang dapat dimanfaatkan menjadi sebuah keunggulan bagi perusahaan dan kelemahan perusahaan menjadi sebuah hal yang baik, karena dapat memotivasi perusahaan untuk senantiasa mengurangi kelemahan tersebut agar menjadi lebih baik lagi, segala macam peluang dan tantangan yang ada diluar perusahaan dicoba untuk diketahui sejak dini kemudian dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan demi kemajuan perusahaan tersebut.³

Pada dasarnya, usaha yang sedang tumbuh berkembang (*growth*) harus selayaknya memiliki konsep dan strategi bisnis, bagaimana ia menjadikan perusahaannya yang memiliki kelemahan (*weaknesses*) agar berbalik menjadi kekuatan (*strength*), dan banyaknya tantangan seperti pesaing, justru menjadi peluang tersendiri dalam melangkah dan berinovasi.⁴

Tujuan utama Analisis SWOT adalah mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat, yang mana satu dengan yang lain saling berhubungan dan saling tergantung. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan bisnis (*Strategic Business Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah

³ Euis Amalia, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 25.

⁴ Irham Fahmi, *Persaingan Pasar Industri*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing. Manfaat dari analisis SWOT adalah untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal.⁵

Stokis Umi Kalsum dengan sistem multi level marketing memiliki kekuatan dalam hal kualitas produk kesehatan, namun memiliki kelemahan dalam hal mempromosikan produk yang dijual. Sedangkan dalam segi peluang, stokis Umi Kalsum memiliki peluang besar dimana pada saat pandemi ini banyak sekali yang membutuhkan produk kesehatan. Karena banyaknya persaingan dari bisnis lain, yang mana stokis Umi Kalsum ini memiliki persaingan dalam hal harga yang lebih bisa dijangkau oleh konsumen dari produk lain.

Multi level marketing atau yang terkadang juga disebut dengan *networking selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi

⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai hasil usahanya.⁶ Dengan kata lain, multi level marketing (MLM) secara harfiah adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah).⁷

Semua bisnis termasuk yang menggunakan sistem MLM dalam literatur syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori mu'amalat yang dibahas dalam bab Al-Buyu' (Jual-beli) yang hukum asalnya dari aspek hukum jual-belinya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqih sebagaimana dikemukakan oleh Ibnul Qayyim Al-Jauziyah "*Pada dasarnya semua ibadah hukumnya bathil (haram) kecuali kalau ada dalil yang memerintahkannya, sedangkan asal dari hukum transaksi dan muamalah adalah halal kecuali kalau ada dalil yang melarangnya.*"⁸

Berdasarkan kaidah fiqih diatas, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan umat islam terhadap bisnis MLM ini antara lain:⁹

- a. Konsep jual beli
- b. Konsep tolong menolong, dan
- c. Konsep kerja sama (*ta'awun*).

Dalam Al-Qur'an dasar hukum jual beli diantaranya terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

⁶ Peter J. Cloither, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing: Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), h. 1.

⁷ Alifah R Putri, "Multi Level Marketing Perspektif Ekonomi Islam", <https://www.kompasiana.com/alifahputri/5a2becd8ab12ae4d8a074002/multi-level-marketing-perspektif-ekonomi-islam?page=1> (diakses pada 4 Oktober 2020, pukul 13.40).

⁸ Agus Marimin dkk, *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 02, (Juli 2016), h. 105-106.

⁹ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta : Prenada Media, 2005), h. 189.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا¹⁰

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”¹⁰

Sedangkan dasar hukum *ta'awun* terdapat dalam QS. Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ.

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”¹¹

MLM hanyalah suatu metode bisnis alternative yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi. MLM hanya berkaitan dengan bagaimana bisa menjual suatu produk dengan lebih efisien dan efektif kepada pasar.¹²

Sebagaimana yang sudah dialami oleh Umi Kalsum yang telah bergabung bersama PT. MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia) yang memiliki jaringan di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang selama lebih kurang 2 tahun yang telah mengembangkan produk MSI dan telah memperoleh posisi emerald dengan omset lebih kurang 5 juta perbulan. Dengan tahap posisi yang telah dicapainya, ia mendapat reward berupa uang tunai seharga dengan handphone, laptop dan akan segera mendapat reward

¹⁰ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*, (Jakarta: Syaamil Quran, 2010), h. 47.

¹¹ *Ibid*, h. 106.

¹² Harry, “Jual Beli Sistem MLM (Multi Level Marketing) Dalam Perspektif Hukum Islam”, <http://harryfaisalri.blogspot.com/2017/03/jual-beli-sistem-mlm.html?m=1> (diakses pada 4 Oktober, pukul 15.30).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selanjutnya seharga kendaraan atas keberhasilan usaha yang telah dilakukannya, serta beberapa perkembangan member yang telah bergabung di jaringan Umi Kalsum yang nantinya digambarkan pada hasil penelitian.¹³

Pandemi covid-19 memberi dampak ke berbagai sektor, termasuk pada perubahan lanskap pasar. Hal ini juga diakui oleh Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), organisasi yang menjadi wadah para Perusahaan Penjualan Langsung (Direct Selling/DS) dan network marketing, serta perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang Multi Level Marketing (MLM).

Indonesia di hadapkan dengan banyak persoalan dalam aspek ekonomi akibat dari pandemi Covid-19, berbagai sektor harus terkendala dalam proses operasi, seperti pabrik-pabrik yang harus menghentikan proses operasi karena kondisi tidak memungkinkan. Salah satu dampak yang muncul adalah Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dalam jumlah yang besar, sebagai bagian dari krisis ekonomi, PHK sendiri sudah pasti. Kementerian ketenagakerjaan sendiri melaporkan ada 2,9 Juta karyawan yang di PHK (per Mei 2020), sedangkan KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia) justru lebih tinggi, ada 6,4 juta karyawan. Kondisi perekonomian di Indonesia dan upaya pemulihannya saat ini yang menjadi fokus dalam upaya penanganan.¹⁴

¹³ Umi Kalsum (Selaku Pengelola Stokis), *Wawancara*, Senin, 21 September 2020 Pukul 10:48 WIB.

¹⁴ Dewi Fitrotus Sa'diyah dan Mastur, *Strategi Pembangunan Ekonomi Syariah Di Masa Covid-19*, Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah Vol. 7 No.2 (Juli 2020), h. 169-170.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika diobservasi saat ini, tidak sulit untuk menyadari bahwa banyak masyarakat Indonesia kehilangan pekerjaan mereka akibat krisis dan mereka akan mencari peluang baru. Seperti halnya bisnis dengan sistem berjenjang MLM, salah satu contohnya stokis Umi Kalsum emerald MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia) di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang yang tetap berjalan pada masa pandemi covid-19 ini sehingga penjualan barangnya tetap berjalan dan jaringannya juga bertambah. Oleh karena itu, bisnis MSI dengan sistem jaringan berjenjang (Multi Level Marketing/MLM) menambah peluang bisnis yang dapat membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat, sehingga dapat menunjang perekonomian masyarakat.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Umi Kalsum, ia mengatakan bahwa terjadi peningkatan dalam penjualan produk MSI ketika masa pandemi covid-19, berikut tabel perbandingan penjualan di stokis Umi Kalsum:

Tabel 1.1 Perbandingan Penjualan Stokis Umi Kalsum

Keterangan	Jumlah Paket		Penjualan (Rp)		Total Penjualan
	Paket A	Paket PW	Paket A	Paket PW	
Sebelum Covid-19	125	20	53.125.000	20.000.000	73.125.000
Ketika Covid-19	135	40	87.750.000	40.000.000	127.750.000

Sumber: Stokis Umi Kalsum¹⁵

¹⁵ Umi Kalsum (Selaku Pengelola Stokis), Wawancara, Senin, 21 September 2020 Pukul 11:15 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data penjualan diatas, sebelum dan ketika pandemi covid-19 maka dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan penjualan produk pada stokis Umi Kalsum dengan cara membandingkan penjualan sebelum dan ketika covid-19. Peningkatan tersebut berdampak positif pada jaringan Umi Kalsum yang mana sekarang ia telah berhasil mendapatkan reward dengan posisi emerald. Sebelum pandemi covid-19 Umi Kalsum menyediakan stok paket produk MSI dengan penjualan masing-masing paket MSI dengan harga Rp425.000 per paket A, Rp1.000.000 per paket Platinum dengan total penjualan **Rp73.125.000**. Ketika masa pandemi covid-19 pembelian masing-masing paket MSI yang mana pada masa pandemi harga barang naik menjadi Rp650.000 per paket A, Rp1.000.000 per paket Platinum dengan total penjualan **Rp127.750.000**. Seluruh pembelian yang dilakukan stokis Umi Kalsum habis terjual dalam waktu 1 bulan, begitu juga dengan bulan-bulan berikutnya.¹⁶

Berkenaan dengan hal itu, maka penulis ingin melihat perkembangan bisnis dalam bentuk multi level marketing yang dijalankan oleh Umi Kalsum Emerald MSI Bangkinang, yang mengedarkan produk-produk kecantikan dan kesehatan dengan label MSI dengan cara pemasaran multi level marketing yaitu pemasaran melalui promosi dari orang yang satu kepada orang yang lain yang pada akhirnya memberikan posisi pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran, dengan mendapatkan bonus

¹⁶ *Ibid.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keuntungan dari hasil penjualan dan anggota yang dibawa masuk sebagai member.¹⁷

Analisis SWOT sangat membantu usaha untuk dapat menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat menjadi bahan pertimbangan usaha pada stokis Umi Kalsum MSI dalam menentukan strategi pengembangan usaha baik strategi produk, promosi atau distribusi yang akan digunakan kedepannya.

Peluang (*Opportunities*) yang terdapat dalam usaha kecantikan dan kesehatan MSI ini sangat besar, terutama banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi dan menyukai produk kesehatan dan kecantikan MSI karena produk MSI ini khususnya kesehatan bisa dikonsumsi berbagai usia dan untuk menjaga imun tubuh ditengah virus yang menyebar. Sedangkan yang menjadi ancaman (*Threats*) terhadap usaha ini adalah produk kesehatan dan kecantikan dari usaha bisnis lain yang juga menawarkan berbagai produk dengan harga yang terjangkau dan juga kualitas yang tak jauh berbeda dengan produk MSI dan banyaknya pesaing-pesaing dari member MSI ini, apabila kendala ini tidak bisa dikendalikan dengan baik maka besar kemungkinan peluang tersebut akan diambil oleh para pesaing bisnis lainnya.

¹⁷ *Ibid.*

Dari latar belakang masalah dan analisis SWOT yang dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian ilmiah dengan judul **“ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan mudah dipahami maka penulis membatasi tulisan ini tentang “Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Analisis SWOT pada usaha kecantikan dan kesehatan dengan sistem multi level marketing stokis Umi Kalsum pada masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap usaha dengan sistem multi level marketing pada stokis Umi Kalsum?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini:
 - a. Untuk mengetahui Analisis SWOT pada usaha kecantikan dan kesehatan dengan sistem multi level marketing stokis Umi Kalsum pada masa pandemi covid-19.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap usaha dengan sistem multi level marketing pada stokis Umi Kalsum.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Sebagai bahan kajian untuk menambah dan memperluas wawasan bagi penulis dalam pengembangan ekonomi syariah.
 - b. Sebagai referensi dan informasi bagi penulis lainnya yang ingin membahas tentang studi dan kajian yang sama.
 - c. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Stokis Umi Kalsum Emerald MSI yang beralamat di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi ini adalah:

- a) Stokis Umi Kalsum dinilai memiliki potensi yang besar dalam penjualan produk kesehatan dan kecantikan dengan sistem multi level marketing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Saat ini bisnis multi level marketing sangat berkembang dalam bisnis atau pemasaran barang-barang di lingkungan masyarakat khususnya MSI.
- c) Perlu adanya pengkajian mengenai bisnis dengan sistem multi level marketing tersebut dari segi ekonomi Islam.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang dimaksud adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian yang bersumber dari informan.¹⁸

Subjek dalam penelitian ini adalah tim stokis Umi Kalsum MSI.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁹ Objek penelitian ini adalah Analisis SWOT pada Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Masa Pandemi Covid-19.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek

¹⁸ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 91.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 39.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diteliti. Sumber dari data primer adalah data yang diperoleh langsung dari stokis Umi Kalsum emerald MSI.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, diperoleh dari internet yang berhubungan dengan penelitian.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan dari subjek penelitian yang akan diteliti. Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah member dan konsumen stokis Umi Kalsum yang berjumlah 128 orang. Sehingga keseluruhan populasinya yaitu 128 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang akurat dan ada kaitannya dengan populasi yang menjadi sasaran penelitian, maka peneliti perlu suatu standar atau cara dalam menentukan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *accidental sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan tiba-tiba berdasarkan siapa yang ditemui oleh peneliti.

Metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Diketahui:

N = 128

e = 15%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{128}{1 + (128)(0,15)^2} \\ &= \frac{128}{3,88} = 32 \text{ orang} \end{aligned}$$

Pada penelitian ini tingkat akurasi yang dikehendaki adalah 85% dengan batas toleransi kesalahan 15%.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu suatu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.
- b. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Tujuannya untuk memperjelas hal-hal yang dianggap perlu dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Angket, penulis akan membuat daftar pertanyaan kemudian disebarakan kepada responden yaitu member dan konsumen stokis Umi Kalsum yang menjadi objek dalam penelitian yang akan diteliti.
- d. Dokumentasi, yaitu sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi serta mengumpulkan data-data yang ada dalam masalah penelitian.

6. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.²⁰

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti turun ke lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Selanjutnya dianalisis dengan uraian kalimat yang jelas dengan menghubungkan kepada pendapat ahli dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti sehingga

²⁰ *Ibid*, h. 334.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulannya.²¹

Selama di lapangan atau pada saat pengumpulan data berlangsung penelitian kualitatif juga telah melakukan analisis. Misalnya pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, jika jawaban kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai diperoleh data yang dianggap kredibel.²²

7. Metode Penulisan

Metode-metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Induktif yaitu mengungkapkan serta mengetengahkan data khusus, kemudian data-data tersebut diinterpretasikan sehingga dapat ditarik kesimpulan secara umum.
- b. Deskriptif yaitu menggunakan uraian atas fakta yang diambil dengan apa adanya.²³

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Tri Budiman mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro Lampung tahun 2017 yang berjudul, **“Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)”**. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), bersifat deskriptif kualitatif. Hasil

²¹ *Ibid*, h. 336.

²² *Ibid*, h. 337.

²³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed 2, Cet. ke-5, h. 50.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian menunjukkan bahwa, usaha percetakan Paradise Sekampung dalam menjalankan usahanya sudah mengimplementasikan analisis SWOT, namun belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE Matrix*) yang menunjukkan posisi *Strengths* dan *Oppourtunities* memiliki bobot nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan bobot nilai *Threats* dan *Weaknesses*.

2. Skripsi yang ditulis oleh Ulfa Hidayati mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018, yang berjudul, **“Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komulatif dan metode analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini ialah dimana kondisi usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo yang dimiliki setiap pengrajin berkembang secara positif dan dengan demikian maka tingkat pendapatan para pengrajin juga tumbuh secara positif. Akan tetapi dalam mengembangkan usaha para pengrajin akan mengalami kendala dan mengalami ancaman. Berikut beberapa alternaif strategi untuk pengrajin yang bersifat diferensiasi, intensif, dan integrasi yaitu diantaranya, mengikuti pelatihan, meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pemasaran, melakukan kerjasama dengan pemerintah atau lembaga organisasi terkait atau kerjasama pengrajin,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengoptimalkan kegiatan produksi, serta memperbaiki atau meningkatkan infrastruktur penunjang usaha pengrajin genteng dalam perspektif ekonomi Islam dalam mengembangkan suatu usaha pengrajin, strategi apapun diperbolehkan asal tidak menyimpang dari syariat Islam.

3. Penelitian yang ditulis oleh Fahhera Adila Busroni mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru tahun 2021 yang berjudul **“Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh Fahhera Adila Busroni memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu mengenai Multi Level Marketing, hanya saja penelitian sebelumnya lebih menganalisis kepada strategi pengembangan usaha kecil dan menengah sedangkan peneliti lebih mengarah kepada analisis SWOT bisnis dengan sistem multi level marketing.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan karya ilmiah ini maka penulis membagi penulisan beberapa bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian terdiri dari Awal mulanya berdiri PT. MSI, Gambaran Stokis Umi Kalsum MSI, visi dan misi MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia), produk-produk stokis Umi Kalsum.

BAB III : LANDASAN TEORETIS

Landasan Teoretis terdiri dari teori mengenai pengertian usaha dan sumber hukumnya, analisis SWOT, multi level marketing, multi level marketing dalam ekonomi Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Dan Pembahasan terdiri dari Analisis SWOT pada usaha kecantikan dan kesehatan stokis Umi Kalsum, dan tinjauan ekonomi syariah terhadap usaha dengan sistem multi level marketing pada stokis Umi Kalsum MSI.

BAB V : PENUTUP

Penutup terdiri dari, Kesimpulan dan saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Awal Mula Berdirinya PT. MSI

PT. MSI adalah perusahaan yang menjual produk-produk kesehatan dan kecantikan dengan sistem jaringan atau biasa disebut MLM (Multi Level Marketing) atau pemasaran berjenjang.

PT. MSI merupakan kependekan dari PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia yang merupakan suatu perusahaan yang berdiri pada tanggal 4 Juli 2014, berkantor pusat di Jl. Beran 1 RT 15 RW 5 Dusun Pekarungan Kecamatan Sukodono Sidoarjo, Jawa Timur.

Awalnya PT. MSI adalah PT. Multy Sukses Internasional, dan berganti nama menjadi PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia pada tanggal 7 Juli 2017. PT. MSI adalah perusahaan yang telah memiliki support system yaitu MS2I kependekan dari Mahakarya Support System Indonesia.

PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia merupakan perusahaan Swasta Nasional yang berkembang sangat pesat saat ini, dengan konsentrasi pengembangan, pemasaran dan pelayanan produk Kesehatan (Healthy Care), Perawatan (Personal Care) & Kecantikan (Beauty Care).

Didirikan atas dasar keinginan memberikan kontribusi kepada masyarakat Indonesia agar memperoleh kehidupan yang lebih baik melalui produk kesehatan & kecantikan dengan kualitas terbaik & harga terjangkau serta memberikan kesempatan peluang bisnis dengan konsep masuk akal, sederhana dan menguntungkan untuk orang-orang yang ingin memulai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bisnis dengan penjualan langsung dari setiap produk yang mereka jual ke konsumen maupun untuk dikonsumsi sendiri.

PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia didirikan oleh Bapak Muhammad Daud yang berdarah Lampung, seorang mantan tukang siomay. Sejak usia muda, beliau sudah bekerja serabutan dengan tekad dan kegigihan untuk maju dan sukses. Keinginan untuk mandiri membuat dirinya menjadi pribadi yang tangguh dan berkemauan kuat. Semangat beliau yang pantang menyerah, membuahkan kesuksesan dari hasil kerja keras beliau selama ini. Selama kurun waktu 2,5 tahun, periode 4 Juli 2014 – 31 Desember 2016, mitra MSI telah mencapai lebih dari 2 juta member dan terus menerus bertambah.²⁴

PT. MSI merupakan perusahaan networking yang legal karena memiliki izin resmi dari pemerintah Republik Indonesia. PT. MSI berupaya selalu mengikuti perkembangan perizinan pemerintah sesuai dengan peraturan yang berlaku, hal ini untuk menjamin ketenangan, kenyamanan dalam berbisnis mitranya. Perusahaan tersebut sudah memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak): 73.092.140.0-429.000, dan SIUPLT (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung Tetap): No. 25/I/SIUPLT/PMDN/PERDAGANGAN/2015. PT. MSI ini dulunya bernama PT. Multi Sukses Internasional, tetapi pada akhir tahun 2017 PT tersebut mengganti nama menjadi PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang kecantikan. Bagi masyarakat yang ingin

²⁴ Muhammad Daud, "Jalan Sukses Terjal Owner MSI", (Jawa Timur: Majalah MSI, 2014), h. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bergabung menjadi distributor MSI hanya dengan membeli 1 (satu) Paket Regular dengan harga Rp. 450.000 s/d Rp. 650.000 (empat ratus lima puluh ribu rupiah sampai dengan enam ratus lima puluh ribu rupiah) dan otomatis orang tersebut langsung menjadi mitra usaha MSI dan mendapatkan 1 (satu) hak usaha.²⁵

B. Gambaran Stokis Umi Kalsum

Stokis adalah pihak yang menjadi wakil sebuah negeri untuk menjual sesuatu produk company tertentu. Ia biasanya terdiri dari pada produk kecantikan dan kesehatan. Stokis perlu mengambil produk dalam kuantiti yang banyak (modal besar). Adapun dalam multi level marketing stokis merupakan sebagai partner perusahaan untuk mendistribusikan barang yang dibutuhkan baik untuk member baru atau member-member lain yang melakukan belanja ulang.

Stokis Umi Kalsum beralamat di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang, dikelola langsung oleh Umi Kalsum yang bergabung dengan PT. MSI sudah lebih kurang 2 tahun dan sudah memiliki hampir lebih ratusan member di jaringan Umi Kalsum sendiri.

Perkembangan stokis Umi Kalsum juga sudah menampakkan peningkatan yang cukup baik, hal ini diperlihatkan dari peningkatan jumlah anggota dan produk yang dipasarkan. Kondisi ini memang disadari bahwa perhatian member terhadap bisnis MSI memang menunjukkan jumlah yang terus meningkat.

²⁵ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Stokis Umi Kalsum beroperasi di Bangkinang dalam bentuk penjualan melalui gerai, yang mengembangkan sayap bisnisnya dari kantor pusat Jawa Timur. Dilihat dari perkembangannya memang cukup baik dan dapat dilanjutkan sampai saat ini.

Awalnya Umi Kalsum bergabung dalam ruang lingkup MSI dengan melihat iklan atau promosi dari produk MSI kemudian menjadi seorang konsumen yang memakai produk dari MSI yang ditawarkan oleh temannya. Dilihat dari perkembangan Umi Kalsum dalam pemakaian produk MSI mulai menyediakan stok sedikit demi sedikit, selang beberapa kali pemakaian Umi Kalsum mulai mengembangkan sayapnya untuk menjadi stokis dan berkembang sampai saat ini.

C. Visi dan Misi MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia)

Visi Mahakarya Sejahtera Indonesia adalah “Menjadikan MSI sebagai perusahaan networking kelas dunia yang mampu memberikan kesuksesan bagi semua mitranya.

Sedangkan misi Mahakarya Sejahtera Indonesia adalah “Membina mitra MSI menjadi pebisnis jaringan yang berkarakter, beretika, mandiri dan sukses.”

Motto : “Bersama Meraih Sukses”

D. Produk-Produk Stokis Umi Kalsum Emerald MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia)

Seperti halnya pada perusahaan Multi Level Marketing (MLM) lainnya yang memiliki produk yang dipasarkan, MSI juga memiliki produk unggulan yang dipasarkan. PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia (MSI) memiliki 2 plan marketing yang dijalankan dalam 1 bisnis, yaitu:

1. Plan Reguler (Plan A)

Plan Regular atau Plan A di PT. MSI adalah plan wajib untuk mendapatkan id MSI saat baru pertama kali bergabung. Dengan membeli salah satu paket seharga Rp 650.000 maka otomatis langsung mendapatkan ID MSI / Hak Usaha dan otomatis masuk kedalam plan regular MSI. Berikut ini adalah pilihan-pilihan paket produk di Plan A / Plan Regular:

- a. MSI Face Mist Spray
- b. MSI Argan Oil Mask
- c. MSI Bamboo Charcoal
- d. MSI Deyto Hair Shampoo
- e. MSI Gold Beauty Cream
- f. MSI Manjavikan
- g. MSI D'green Kohie
- h. MSI Garteal
- i. MSI Elprima Propolis
- j. MSI Semakids
- k. MSI Aloe Vera Gel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Plan Platinum

Plan Platinum bisa dijalankan setelah melakukan pembelian paket regular terlebih dulu. Untuk mengupgrade id regular ke platinum, maka diwajibkan membeli produk paket platinum seharga Rp 1.000.000 (satu juta rupiah). Berikut ini adalah paket produk yang masuk ke dalam kategori produk platinum:

- a. MSI Serum Gold Beauty
- b. MSI Bio Simapro
- c. MSI Gamat
- d. MSI Bio Soap Gold
- e. MSI Body Lotion
- f. MSI Mahkota Raya

Kategori produk yang termasuk kedalam produk kesehatan dan kecantikan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Produk Stokis Umi Kalsum

Kesehatan	Kecantikan
MSI Bio Simapro	Bamboo Charcoal
MSI Gamat	MSI Face Mist Spray
MSI Ziranto Blue	MSI Beauty Aloe Vera Gel
MSI Manjavikan	MSI Serum Gold Beauty
MSI Fito D'green Kohie	MSI Body Lotion
MSI Gartea	MSI Bio Soap Gold
Elprima Propolis	Skincare Gold Beauty
Semakids dan Mahkota Raya	Deyto Hair Shampoo

*Sumber: Brosur MSI*²⁶

²⁶ Umi Kalsum (Selaku Pengelola Stokis), *Wawancara*, Senin, 21 September 2020 Pukul 11:30 WIB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORETIS

A. Pengertian Usaha dan Sumber Hukumnya

Usaha menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.²⁷ Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan fikiran untuk mencapai suatu maksud, atau mencari keuntungan, berusaha dan bekerja dengan giat untuk mencapai sesuatu.²⁸

Dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.²⁹

Usaha dalam Islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya

²⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), Edisi Ke-4, h. 1254.

²⁸ Hendro MM, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), h.47.

²⁹ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketergantungan antara individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³⁰

Bekerja merupakan pondasi dasar dalam produksi, sekaligus berfungsi sebagai pintu pembuka rezeki. Menurut Ibnu Khaldun, bekerja merupakan unsur yang paling domain dalam proses produksi dan sebuah ukuran standar dalam sebuah nilai. Proses produksi akan sangat bergantung terhadap usaha atau kerja yang dilakukan oleh karyawan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Menurut Muhammad Bin Al-Syaibani, seperti dikutip oleh Adiwarmam Karim, kerja atau usaha merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan, karena menunjang pelaksanaan Ibadah kepada Allah Swt, dan karenanya hukum bekerja adalah wajib.³¹

Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber fundamental dalam Islam banyak sekali memberikan dorongan untuk bekerja atau berusaha. Dalam QS. At-Taubah (9):105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ.

³⁰ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), h.1.

³¹ Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-Dasar Pengembangan*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 61.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Dan Katakanlah: *"Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*"³²

Selanjutnya dalam hadits yang berhubungan dengan usaha yaitu:

عن رافع بن خديج قال: قيل يا رسول الله أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رواه أحمد والطبراني والحاكم وصححه الألباني

Artinya: “Dari sahabat Rafi’ bin Khadij ia menuturkan: “Dikatakan (kepada Rasulullah Shalallaahu alaihi wasalam) Wahai Rasulullah! Penghasilan apakah yang paling baik? Beliau menjawab: “Hasil pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap perniagaan yang baik.” (HR. Ahmad Baihaqi dan Al Hakim).³³

B. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.³⁴

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini

³² Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*, (Jakarta: Syaamil Quran, 2010), h. 203.

³³ Bihasyiyat Al Imam Al Sindi, *Shahih Bukhari*, (Beirut: Darul kutub Al'Amiyah, 2008), Jilid 2, h.13.

³⁴ Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan kualitatif dan kuantitatif Ed.1. Cet.2.*, (Jakarta: Rajawali pers, 2016), h. 302.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*).

Melakukan analisis dengan pendekatan SWOT memang memiliki kelebihan dan kelemahannya. Namun, setidaknya telah diperoleh gambaran yang membuat seseorang bisa menilai serta memutuskan langkah-langkah apa yang bisa ia kerjakan dikemudian hari. Jadi dengan kata lain seseorang sudah memiliki kerangka (*framework*) antisipasi jika suatu saat mengalami masalah atau kendala.³⁵

2. Tujuan Analisis SWOT

Untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlu identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistis dalam mewujudkan visi dan misinya.

Maka tujuan analisis SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan. Bila pihak perusahaan telah menjalankan analisis SWOT

³⁵ *Ibid*, h. 33

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari perumusan masalah, hal tersebut bisa dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau jawaban agar permasalahan berjalan dengan baik, untuk itu permasalahan harus bisa mengolah dan mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik.³⁶

3. Pertimbangan-Pertimbangan Penting Untuk Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada disaat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat

³⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi.

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang.³⁷

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan *internal strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan *eksternal opportunities* dan *threats* yang dihadapi didunia

³⁷ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2000), h. 173.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).³⁸

4. Tahapan dalam Analisis SWOT

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. tahapannya adalah:

- (1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- (2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- (3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4).

³⁸ Freddy Rangkuti, *Op.Cit*, h. 18-19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- (4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- (5) Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.³⁹

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

- (1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- (2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- (3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada

³⁹ *Ibid*, h. 24.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

- (4) Kalikan masing-masing, bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- (5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.⁴⁰

c. Diagram Analisis SWOT

Disusun berdasarkan analisis internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis internal dilakukan dengan membuat matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan matrik EFAS (*Eksternal factors Analysis Summary*). Setelah dilakukan nilai dari matrik IFAS dan EFAS, maka dapat dilihat posisi perusahaan berdasarkan nilai matrik IFAS dan EFAS pada diagram analisis SWOT.

⁴⁰ *Ibid*, h. 26.

Gambar 3.1. *Diagram Analisis SWOT*



Keterangan:

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Aggressive Strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *Diversifikasi* (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini yaitu meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*Turn Around*) atau rasionalisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuadran 4 : Retrenchment Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*Defensive*).⁴¹

d. Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3.1. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) Kekuatan: Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal.	Weaknesses (W) Kelemahan: Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal.
	Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threats (T) Ancaman: Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal.	Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

⁴¹ Yayang Primadona dan Yusep Rafiqi, “Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya”, Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 2. No. 1 (2019), h. 50-51.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Strategi Kekuatan-Peluang (SO)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi Kekuatan-Ancaman (ST)

Analisa ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki pengelola untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi Kelemahan-Peluang (WO)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi Kelemahan-Ancaman (WT)

Strategi ini didasarkan pada situasi dalam menghadapi ancaman serta sekaligus meminimalkan kelemahan, strategi yang umumnya adalah menghindari ancaman.⁴²

C. Multi Level Marketing

Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa inggris, multi berarti banyak, level berarti jenjang atau tingkat, sedangkan marketing artinya pemasaran. Jadi, Multi Level Marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak.⁴³ Disebut multi level, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.

⁴² *Ibid*, h. 20.

⁴³ Andrias Harefa, *Multi Level Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MLM adalah sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara perusahaan yang bergerak dalam industri MLM hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar (member), tidak melalui agen/penyalur, selain itu perusahaan juga memberikan kesempatan kepada setiap konsumen yang sudah terdaftar (member) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur. Dengan cara ini, maka konsumen akan berfungsi ganda di mata perusahaan, pertama ia menjadi konsumen dan kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya.

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia sebagai wadah persatuan MLM menjelaskan pemasaran berjenjang (MLM) adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Dalam fatwanya, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI menyebutkan bahwa penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.⁴⁴

MLM ini disebut juga sebagai network marketing. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak sehingga membentuk jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran. Sistem MLM ini memiliki ciri-ciri khusus

⁴⁴ Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*, (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), h. 143-144.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang membedakan dengan sistem pemasaran yang lain, diantara ciri-ciri khusus tersebut adalah:

1. Terdapat banyak jenjang atau level
2. Melakukan perekrutan anggota baru
3. Penjualan produk
4. Terdapat sistem pelatihan
5. Adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya.⁴⁵

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa MLM adalah sistem pemasaran (marketing) atau penjualan yang setiap konsumennya berperan sebagai marketer, orang yang merekrut disebut dengan *upline* dan orang yang direkrut disebut sebagai *downline*. Orang yang kedua yang disebut dengan *downline* ini juga kemudian dapat menjadi *upline* ketika ia berhasil merekrut orang lain menjadi *downline*-nya, begitu seterusnya.

D. Multi Level Marketing Dalam Ekonomi Islam

Multi level marketing (MLM) syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, sistem bisnis MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicuci, dimodifikasi dan disesuaikan dengan prinsip syariah. Hal-hal yang diharamkan dan bersifat *syubhat* dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah.⁴⁶

Dalam masyarakat bisnis Multi Level Marketing (MLM) merupakan suatu bisnis yang sudah banyak mendapat perhatian pada berbagai kalangan,

⁴⁵ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*, (Tangerang: Qultum Media, 2005), h. 17.

⁴⁶ *Ibid*, h. 85.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dapat menambah penghasilan keluarga. Agama Islam mengatur tata cara jual-beli dengan sebaik-baiknya agar dapat menjamin ketentraman masyarakat.

Bisnis jual-beli melalui MLM dianggap sah apabila terjadi antara dua orang yang telah sama-sama dewasa dan didasarkan atas suka sama suka. Adapun yang dimaksud dewasa disini adalah akil baligh. Oleh karena itu orang gila tidak sah berjual beli. Dianggap tidak sah juga jual-beli orang yang sangat bodoh karena mereka adalah orang-orang yang tidak dapat mengurus dirinya sendiri, apalagi mengurus barang. Apabila mereka melakukan kegiatan jual-beli niscaya akan mudah tertipu.

Apabila terdapat orang-orang yang tidak boleh mempunyai harta, maka seharusnya walinyalah (orang yang bertanggungjawab atasnya) yang mengatur hartanya.

Gerakan ekonomi syariah di Indonesia semakin berkembang pesat, gerakan ekonomi syariah tersebut berkembang melalui jenis usaha yang juga sedang berkembang saat ini adalah *multi level marketing* syariah.

Multi level marketing syariah adalah strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) dilihat dari sistem dan akadnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam syariat Islam. Konsumen atau pelanggan yang juga bertindak sebagai penjual merupakan hal yang wajar dan dibolehkan sepanjang tindakannya tidak melanggar rambu-rambu syariah Islam, diantaranya tidak boleh mengandung unsur *dharar* (merugikan), *gharar* (manipulasi), *maisyr* (judi) dan lainnya.⁴⁷

⁴⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2013), h. 615.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berkaitan dengan sistem penjualannya, bisnis MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing fee, bonus, dan sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen ini, dalam terminologi fiqh disebut sebagai “*Samsarah/simsar*” (perantara perdagangan yaitu orang yang menjualkan barang atau mencari pembeli untuk memudahkan jual beli). Kegiatan *samsarah/simsar* dalam bentuk distributor, agen atau member, dalam fiqh termasuk akad *ijarah* yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (*ujrah*).⁴⁸

Untuk keabsahan bisnis ini harus memenuhi syarat-syarat, di antaranya adalah: distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan syubhat. Selain itu, distributor berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya. Sedangkan pihak perusahaan yang menggunakan jasa marketing harus segera memberikan imbalan para distributor dan tidak boleh menhanguskan atau menghilangkannya. Pola bisnis ini sejalan dengan firman Allah SWT sebagai berikut:⁴⁹

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ
مِّن رَّبِّكُمْ فَاتَّقُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ
بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

⁴⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*. Juz. III, (Beirut: Dar al-Fath, 1995), h. 209.

⁴⁹ Anita Rahmawaty, *Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2, No.1, (Juni 2014), h. 78.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Dan kepada penduduk Madyan, Kami (utus) Syuaib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak ada tuhan (sembahan) bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikit pun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang beriman.” (QS. Al-A’raf: 85)⁵⁰

Dalam hadis dari Abdullah bin Umar yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah disebutkan sebagai berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ. (رواه ابن ماجه والطبراني).

Artinya: “Dari Abdullah bin Umar berkata: Rasulullah SAW bersabda: “Berilah para pekerja itu upah sebelum kering keringatnya.” (HR. Ibnu Majah, Abu Ya’la dan Thabrani).⁵¹

Sistem bisnis MLM diperbolehkan oleh syariat Islam dengan syarat:

- (1) transaksi (akad) antara pihak penjual (al-ba’i) dan pembeli (al-musyteri) dilakukan atas dasar suka sama suka (‘an taradhin) dan tidak ada paksaan;
- (2) barang yang diperjualbelikan (al-mabi’) suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan (gharar); dan (3) barang-barang yang diperjualbelikan memiliki harga yang wajar.⁵²

⁵⁰ Kementerian Agama RI, *Al- Qur’an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*, (Jakarta: Syaamil Quran, 2010), h. 161.

⁵¹ Al-Hafid Ibnu Hajar, *Terjemah Bulughul Maram (Ibnu Haja Al-Asqalani)*, (Jakarta: Pustaka Amani, cet 1, 1995), h. 361.

⁵² Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 300.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT, stokis Umi Kalsum berada pada kuadran I (*Growth Oriented Strategy*), dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan (Strategi SO) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Ditandai dengan matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total **2,91** dan matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor **3,12**.
2. Usaha dengan Sistem Multi Level Marketing Pada Stokis Umi Kalsum ini tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah, terlihat dari terpenuhinya syarat-syarat dalam Fatwa DSN No: 75/DSN MUI/VII 2009, diantaranya (1) Obyek transaksi Rill, (2) Barang/produk bukan sesuatu yang haram, (3) Tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, (4) Tidak ada biaya yang berlebihan, (5) Komisi yang diberikan berdasarkan kinerja, (6) Bonus sesuai dengan target penjualan barang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan atau produk yang ditetapkan oleh perusahaan, (7) Tidak menimbulkan ighra, (8) Tidak melakukan kegiatan Money Game.

B. Saran

Dari pemaparan diatas, ada beberapa saran yang menurut penulis perlu dipertimbangkan kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Sebaiknya member dan konsumen pada stokis Umi Kalsum tidak perlu merubah perilaku setelah mengetahui bahwa banyak produk-produk lain yang kualitas sama dengan produk MSI, karena ketika masa pandemi ini masih banyak masyarakat yang membutuhkan produk kesehatan untuk itu member harus bisa bersaing dalam dunia bisnis. Sistem MLM yang dipakai PT. MSI tidak bertentangan dengan syariat Islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar lebih teliti dan mampu menjelaskan bisnis MLM agar dalam pelaksanaannya tidak merugikan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis Amalia. 2009. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anggraini, Rachmasari, dkk. 2018. "Maqasid al-Shari'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Islam Volume 9, Nomor 2* (h. 298).
- Bihasyiyat Al Imam Al Sindi. 2008. *Shahih Bukhari*. Beirut: Darul kutub Al'Amiyah. Jilid 2.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Ed 2, Cet. ke-5. Jakarta: Kencana.
- Churiyah, Madziatul. 2011. *Mengenal Ekonomi Syariah*. Malang: Surya Pena Gemilang.
- Cloither, Peter J. 1994. *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing: Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, Edisi Ke-4.
- Dewi, Gemala. 2005. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Fahmi, Irham. 2009. *Persaingan Pasar Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif Ed.1. Cet.2*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauzia, Ika Yunia. 2014. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hajar, Al-Hafid Ibnu. 1995. *Terjemah Bulughul Maram (Ibnu Haja Al-Asqalani)*. Jakarta: Pustaka Amani. cet 1.
- Harefa, Andrias. 1999. *Multi Level Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Harry. 2017. "Jual Beli Sistem MLM (Multi Level Marketing) Dalam Perspektif Hukum Islam". <http://harryfaisalri.blogspot.com/2017/03/jual-beli-sistem-mlm.html?m=1>. diakses pada 4 Oktober, pukul 15.30.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Imam Taqiyuddin Abu Bakar Bin Muhammad. 1994. *Khifayatul Akhyar (Kelengkapan Orang Saleh)* Cet. pertama. Surabaya: Bima Imam.
- Jauhari, Sofwan. 2013. *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*. Jakarta: Mujaddidi Press.
- Kementerian Agama RI. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*. Jakarta: Syaamil Quran.
- Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syariah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*. Tangerang: Qultum Media.
- Marimin, Agus, dkk. 2016. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam" dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 02 (h. 105-106).
- MM, Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad Daud. "Jalan Sukses Terjal Owner MSI". Majalah MSI.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2013. *Fiqih Muamalat*. Jakarta: AMZAH.
- Primadona, Yayang dan Yusep Rafiqi. 2019. "Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Purbaratu Kota Tasikmalaya" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1 (h. 50-51).
- Rahmawaty, Anita. 2014. "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2, No.1 (h. 78).
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sa'diyah, Dewi Fitrotus dan Mastur. 2020. "Strategi Pembangunan Ekonomi Syariah Di Masa Covid-19" dalam *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah Vol. 7 No.2* (h. 169-170).

Said, Muh. 2008. *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-Dasar Pengembangan*. Pekanbaru: Suska Press.

Sabiq, Sayyid. 1995. *Fiqh as-Sunnah*. Juz. III. Beirut: Dar al-Fath.

Siagian, Sondang P. 2000. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sohilin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

ANGKET PENELITIAN

1. Petunjuk Pengisian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i untuk dapat mengisi pernyataan dibawah ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan cara memberi tanda (X) pada jawaban yang dianggap sesuai. Pilih pada salah satu jawaban yang anda anggap paling benar.

- Sangat Setuju (SS) : 4
- Setuju (S) : 3
- Kurang Setuju (KS) : 2
- Tidak Setuju (TS) : 1

2. Data Responden

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :

No	PERNYATAAN	TS	KS	S	SS
1.	Produk yang ditawarkan bisa dipakai disegala usia, khususnya kesehatan.				
2.	Harga dari produk yang dijual terjangkau.				
3.	Penyediaan stok sesuai kebutuhan konsumen.				
4.	Penjualan secara langsung dan online.				
5.	Keterjaminan dalam penyampaian barang yang dijual.				
6.	Kurangnya sosialisasi ketika pandemi covid-19.				
7.	Lokasi yang kurang strategis.				
8.	Promosi produk belum optimal.				
9.	Kemasan produk yang kurang menarik.				
10.	Modal dan keuntungan terus berputar untuk menyediakan stok produk.				
11.	Kebutuhan konsumen terhadap produk terus meningkat khususnya di masa pandemi.				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12.	MSI bisa menjadi peluang usaha bagi masyarakat karena produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan sehingga mudah mendapatkan konsumen baru.				
13.	Produk yang dijual sudah banyak tersebar ke berbagai daerah.				
14.	Tren dalam penjualan masa kini melalui online.				
15.	Banyaknya member sehingga mudah mendapatkan konsumen baru.				
16.	Adanya produk lain yang sama kualitasnya dengan produk MSI.				
17.	Produk lain yang harganya lebih bisa dijangkau oleh konsumen.				
18.	Perilaku konsumen berubah.				
19.	Harga baru pada masa pandemi covid-19.				
20.	Banyaknya produk lain yang sudah luas wilayah promosinya.				



DAFTAR WAWANCARA PENELITIAN

1. Bagaimana awal mulanya Bapak/Ibu bergabung dengan MSI sehingga bisa berkembang sampai saat ini?
2. Apakah menurut pandangan Bapak/Ibu MSI ini berpotensi?
3. Menurut Bapak/Ibu apa yang menjadi daya tarik dari MSI ini?
4. Bagaimana cara Bapak/Ibu mempromosikan produk ini kepada masyarakat melihat masa pandemi sekarang ini?
5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk MSI pada masa pandemi?
6. Apa saja yang menjadi kendala Bapak/Ibu dalam memasarkan produk MSI ini khususnya dimasa pandemi saat ini?
7. Bagaimana cara Bapak/Ibu mengatasi persaingan bisnis pada masa pandemi ini?
8. Apa yang menjadi keunggulan produk MSI dibandingkan dengan produk lainnya?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *"ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH"*

yang ditulis oleh :

Nama : Fahhera Adila Busroni
NIM : 11720524942
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 05 Juli 2021

TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Madona Khairunnisa, S.E.I M.E.Sy

Penguji I
Nur Hasanah, SE, MM

Penguji II
Dr. H. M. Said, HM, MA, MM

.....
.....
.....
.....

Mengetahui:

Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 1 023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 16 Maret 2021

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/2960/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : FAHHERA ADILA BUSRONI
NIM : 11720524942
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : Desa Muara Uwai kecamatan Bangkinang

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang
berjudul : Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan Dengan Sistem Multi Level
Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kec. Bangkinang Pada
Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

- a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/39750
TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau**, Nomor **Un.04/F.II/PP.00.9/2960/2021** Tanggal **16 Maret 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : FAHHERA ADILA BUSRONI |
| 2. NIM / KTP | : 11720524942 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KEC. BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : **Pekanbaru**
Pada Tanggal : **17 Maret 2021**



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
3. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR
 KECAMATAN BANGKINANG

KANTOR KEPALA DESA MUARA UWAI

Jl.KH.M.Nur Mahyuddin No. 103 Muara Uwai Bangkinang Telp.....Kode Pos 28451

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 400/KS-MU/ 395

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ZUBIR**
 Jabatan : Kepala Desa Muara Uwai
 Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **FAHHERA ADILA BUSRONI**
 Tempat / Tanggal Lahir : Bangkinang, 14-12-1998
 NIM : 11720524942
 Universitas : Universitas Islam Negri Suska Riau
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
 Semester : VIII (delapan)
 Judul Penelitian : **ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN
 DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM
 EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG
 PADA MASA PANDEMI COVID – 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI
 SYARIAH**
 Lokasi : Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang

Adalah benar Mahasiswa Universitas Islam Negri Suska Riau Fakultas Syariah dan Hukum Studi S1
 Ekonomi Syariah yang mengadakan penelitian di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar

Adapun surat keterangan Selesai Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan **KARENA TELAH
 SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN DI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG**

Demikian surat keterangan Selesai Penelitian ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

DIKELUARKAN DI : MUARA UWAI
 PADA TANGGAL : 19 -07-2021
 KEPALA DESA MUARA UWAI



ZUBIR



Universitas of Sultan Syarif Kasim Riau

PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR
KECAMATAN BANGKINANG

KANTOR KEPALA DESA MUARA UWAI

Jl.KH.M.Nur Mahyuddin No. 103 Muara Uwai Bangkinang Telp.....Kode Pos 28451

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 400/KS-MU/396

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ZUBIR
Jabatan : Kepala Desa Muara Uwai
Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : FAHHERA ADILA BUSRONI
Tempat / Tanggal Lahir : Bangkinang, 14-12-1998
NIM : 11720524942
Universitas : Universitas Islam Negri Suska Riau
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Semester : VIII (delapan)
Judul Penelitian : ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN
DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM
EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG
PADA MASA PANDEMI COVID – 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI
SYARIAH
Lokasi : Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang

Adalah benar Mahasiswa Universitas Islam Negri Suska Riau Fakultas Syariah dan Hukum Studi S1
Ekonomi Syariah yang mengadakan penelitian di Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar

Adapun surat keterangan Izin Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan dipergunakan untuk
MELAKUKAN PENELITIAN DI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG KABUPATEN KAMPAR

Demikian surat keterangan Izin Penelitian ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

DIKELUARKAN DI : MUARA UWAI
PADA TANGGAL : 19-07-2021
KEPALA DESA MUARA UWAI



2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal-Cita Dilindungi Undang-undang
mengutip sebagai atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
gutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik Stokis Umi Kalsum MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia), menerangkan bahwa:

Nama : Fahhera Adila Busroni
 Nim : 11720524942
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum

Dengan ini diberitahukan pada mahasiswa dengan nama tersebut bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan izin yang dimaksud. Selanjutnya mahasiswa disetujui untuk melakukan penelitian pada perusahaan kami dengan judul skripsi : **“Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan Dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Bangkinang, 16 November 2020
 Mengetahui, Pemilik Stokis

Umi Kalsum

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN SELESAI MENELITI

Dengan ini menyatakan bahwa saudara :

Nama : Fahhera Adila Busroni
 Nim : 11720524942
 Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang/14 Desember 1998
 Program Studi/Jurusan : Ekonomi Syariah
 Semester : 8 (Delapan)
 Alamat : Desa Muara Uwai

Benar telah selesai meneliti/melaksanakan riset pada:

Nama Tempat Penelitian : Stokis Umi Kalsum MSI
 Tanggal Penelitian : 16 November 2020 – 5 Mei 2021
 Alamat : Desa Muara Uwai Kecamatan Bangkinang
 Judul Penelitian : Analisis SWOT Usaha Kecantikan dan Kesehatan
 Dengan Sistem Multi Level Marketing Stokis Umi
 Kalsum Emerald MSI Desa Muara Uwai
 Kecamatan Bangkinang Pada Masa Pandemi
 Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat
 dipergunakan dengan sebaiknya.

Bangkinang, 5 Mei 2021
 Mengetahui, Pemilik Stokis

Umi Kalsum



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : FAHHERA ADILA BUSRONI

NIM : 11720524942

JURUSAN : EKONOMI SYARIAH

JUDUL : ANALISIS SWOT USAHA KECANTIKAN DAN KESEHATAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING STOKIS UMI KALSUM EMERALD MSI DESA MUARA UWAI KECAMATAN BANGKINANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pembimbing: Dr. Budi Azwar, SE, M.Ec

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 03 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi



Dr. M. Aqil SYAHRIN, SH., MH., CPL.
NIP. 19880430 201903 1 010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama FAHHERA ADILA BUSRONI, lahir di Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau pada tanggal 14 Desember 1998 yang merupakan putri pertama dari 2 bersaudara, buah hati dari Bapak Bustami dan Ibu Indra Yeni.

Penulis memasuki jenjang pendidikan di usia 6 tahun dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) Raudhatul Athfal yang beralamat di Muara Uwai, Kecamatan Bangkinang pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2005. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 003 Muara Uwai dan tamat pada tahun 2011 dan melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA) di Pondok Pesantren Daarun Nahdhah Thawalib Bangkinang dan tamat pada tahun 2017.

Selanjutnya, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Progam Studi Ekonomi Syari'ah. Pada tanggal 5 Juli 2021 penulis melaksanakan sidang munaqasyah jurusan Ekonomi Syari'ah dan memperoleh gelas Sarjana Ekonomi (SE) atas limpahan rahmat yang Allah SWT berikan dan doa orang tua serta dukungan dari keluarga, penulis dinyatakan LULUS oleh tim penguji sidang munaqasah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.